

PEMBAYARAN PREMI ASURANSI MELALUI APLIKASI MOBILE AGEN DALAM RANGKA PENGUATAN BISNIS DI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI JAMBI INDONESIA

RAFIDAH

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
E-mail: rafidah_haris@yahoo.com

RAHMA LILI ERFIDA SHOLIHA

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
E-mail: rahmalilies@gmail.com

Abstract

This research understands: 1) The system of payment of insurance premiums through digital technology in the context of strengthening business in revolution 4.0. 2) Knowing the impact of premium payments through digital technology within the framework of the development of the Sharia Insurance industry, 3) Knowing the Sun Life Financial Sharia Insurance plan in increasing revenue in the City of Jambi. Research is qualitative. Data collection methods by interview, collection and observation. Data analysis is: 1) data reduction, 2) data presentation, and 3) drawing conclusions. The results of his research: 1) The ease and speed of information is a necessity. 2) Technology provides different experiences in insurance for agents and participants. 3) Companies must be selective in choosing Agents.

Keywords: Digital Technology, Insurance Agent, Payment System

PENDAHULUAN

Pada saat ini Indonesia menghadapi revolusi industri dimana terjadi perubahan dalam cara hidup dan proses kerja manusia, dimana dengan adanya kemajuan teknologi informasi upaya untuk dapat mengintegrasikan semua kegiatan dalam dunia kehidupan dengan digital dapat

teknologi informasi dan proses produksi dapat dikendalikan secara otomatis. Dengan adanya revolusi industri 4.0 terlihat semua proses dilakukan secara sistem otomatisasi didalam semua proses aktivitas, dimana perkembangan teknologi internet semakin berkembang tidak hanya menghubungkan manusia seluruh dunia

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang berkembang secara pesat, dimana teknologi komputer yang merupakan suatu disiplin ilmu yang mengadopsi keahlian seseorang kedalam suatu aplikasi yang berbasis teknologi dan melahirkan

tu basis bagi proses transaksi perdagangan dan transportasi secara online.

Perusahaan asuransi PT Sun Life Financial Indonesia (Sun Life) meresmikan Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) Syariah pertama di Jambi, yang

sekaligus menjadi kantor Syariah Sun Life ke-46. Pendirian KPM ini sekaligus menegaskan komitmen Sun Life untuk terus meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap manfaat asuransi, khususnya asuransi syariah. Diharapkan kehadirannya akan semakin mendukung strategi besar Sun Life dalam meningkatkan penetrasi asuransi di Indonesia. PT Sun Life Financial dalam upaya peningkatan pendapatan premi asuransi sudah menerapkan teknologi dengan menggunakan aplikasi pembayaran premi secara digital.

Adapun produk asuransi yang di miliki oleh perusahaan ini ada 2 (dua) produk yang unggul yaitu Brilliance Hasanah Fortune (BHF) dan Brilliance Hasanah Sejahtera (BHS). Produk Brilliance Hasanah Sejahtera merupakan produk asuransi jiwa dan investasi plus 8 manfaat tambahan untuk membantu dalam merencanakan keuangan di masa depan dan perlindungan keluarga menyeluruh. Sedangkan pada produk Brilliance Hasanah Fortune Plus merupakan produk yang dirancang khusus untuk hasil investasi yang optimal. Bila dilihat dari 3 tahun setelah berdirinya Sun Life Financial Syariah di Jambi pada Produk Brilliance Hasanah Fortune (BHF) dan pada produk Brilliance Hasanah Sejahtera (BHS) maka data pembayaran premi yang didapat terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data Pembayaran Premi Per Bulan 3 Tahun Terakhir periode 2016-2018

Tahun	Jumlah Orang	Jumlah Premi (Rp)	Pendapatan (Rp)
2016	28	Rp 600.000	Rp 16.800.000
2017	26	Rp 600.000	Rp 15.600.000
2018	18	Rp 600.000	Rp 10.800.000
Total	72		RP 43.200.000

Berdasarkan data di atas fenomena yang terjadi pada perusahaan ini terlihat minat asuransi sangat rendah bahkan menurun meskipun telah menggunakan teknologi untuk memudahkan pembayaran premi asuransi dengan aplikasi digital. Aplikasi digital ternyata tidak dapat memicu perkembangan perolehan premi dari masyarakat selama 3 (tiga) tahun ini. Sementara perusahaan ingin mengembangkan produk asuransi jiwa dengan teknologi digital untuk meningkatkan pertumbuhan industri keuangan non bank.

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan lembaga keuangan dengan aplikasi digital, bisa berbentuk syariah dan non syariah. Geliat bisnis syariah kini kian menggiurkan dan banyak sekali perusahaan asuransi yang berbasis pada sistem syariah. Karena pendapatan premi yang kian naik, tak heran jika banyak sekali perusahaan yang berkompetisi dalam mendirikan bisnis syariah, pertumbuhannya sangat pesat (Puspitasari, 2015). Produk asuransi digital (*digital insurance*), atau disebut sebagai produk asuransi yang dipasarkan atau didistribusikan

melalui media digital, semakin banyak ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

Dalam pemanfaatan teknologi informasi baik menggunakan sarana internet, fasilitas dari website yang dimiliki oleh perusahaan, dapat memberikan kemudahan dalam memasarkan properti juga dapat meningkatkan kinerja dalam upaya peningkatan kualitas diri atau perusahaan (Irnawati, 2015). Sistem pembayaran premi secara online juga banyak memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti: kinerja menjadi lebih cepat karena tidak perlu menunggu agen menyeter premi ke kantor; informasi yang didapat lebih akurat; biaya transportasi bisa diminimalisir; keamanan uang nasabah lebih terjamin; pelayanan kepada nasabah asuransi lebih meningkat dan lebih praktis (Oktariyana, Yuniarta & Atmadja, 2017).

Keputusan untuk menggunakan teknologi harus mempertimbangkan manfaat dan kemudahan dalam menggunakannya (Malik, 2013). Pertimbangan terhadap manfaat dan kemudahan teknologi menurut pengguna dipengaruhi dari *social influence*, *innovativeness*, *mobility and customization*. Dari segi manfaat diharapkan penggunaan teknologi ini bisa meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas dalam bekerja, sedangkan kemudahan dalam menggunakan teknologi ini dilihat dari kemudahan dalam memahaminya dan jelas.

(Kalinic, 2016). Kemudahan dalam menggunakan teknologi merupakan salah satu faktor yang memberikan kepuasan konsumen karena memberikan efektivitas dalam pelayanan (Marinkovic, 2017). Para manajer juga berpendapat bahwa dalam memilih teknologi harus mempertimbangkan kemudahan dalam menggunakannya, memberikan manfaat dalam upaya peningkatan kinerja (Naicker, 2018). Selanjutnya penggunaan teknologi memberikan dampak bagi perusahaan dimana konsumen akan menjadi semakin setia kepada perusahaan asuransi dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan asuransi (Puelz, 2010).

Penggunaan teknologi yang maksimal dapat memberikan dampak pada produktivitas pada industri asuransi (Francalanci, 1998) Teknologi informasi juga memberikan dampak pada proses pelayanan maksimal kepada konsumen (Ray, 2005). Penggunaan teknologi ini bagi sebuah perusahaan juga memberikan dampak lebih besar jangka panjang dan memberikan pengembangan yang potensial bagi nilai perusahaan dari pada terhadap kinerja perusahaan (Ong, 2014). Inovasi dalam proses pelayanan dengan mengembangkan inovasi dalam digitalisasi terlihat dari aplikasi yang digunakan dapat memberikan solusi bagi permasalahan dalam pelayanan konsumen, fitur-fitur yang digunakan dalam aplikasi, kualitas dari aplikasi yang digunakan akan memberikan

dampak terhadap kinerja keuangan maupun non-keuangan (Khin, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data diperoleh dari informan berupa hasil dari wawancara dan observasi lapangan. Data juga diambil dari data sekunder dimana data diperoleh dari dokumen dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penentuan para informan berdasarkan *purposive sampling* dimana informan diambil dari informan yang merupakan informan kunci yang dianggap paling mengetahui masalah penelitian.

Analisa data dalam peneltian ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah data selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Meleong (2005) menyebutkan aktivitas dalam analisis data ada 3 (tiga) tahap: 1). Reduksi data; 2) Penyajian data; 3). Kesimpulan penarilan / verifikasi.

Penggunaan pembayaran premi secara online ini dilakukan untuk menghindari kecurangan-kecurangan dalam setoran yang diberikan klien kepada perusahaan asuransi. Kecurangan-kecurangan ini sering dilakukan oleh para agen asuransi dalam menyeter uang premi ke perusahaan seperti digunakan untuk kepentingan pribadi dan terlambat menyeter ke perusahaan (Oktariyana,

2017).

PEMBAHASAN

Analisis Sistem Pembayaran Premi melalui Teknologi Digital dalam Rangka Penguatan Bisnis di Revolusi Industri 4.0 pada Asuransi Sun Life Financial Syariah

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyambut baik penggunaan teknologi digital (digitalisasi) di industri perasuransian di Indonesia. Meski demikian, kehadiran teknologi digital juga memunculkan risiko baru bagi industri asuransi. Tidak bisa dipungkiri bahwa efek digitalisasi perasuransian akan mengubah pola operasional dilapangan. Mengingat pergeseran pola tradisional ke dalam sistem yang serba digital akan meningkatkan risiko operasional seperti risiko kegagalan mengenal konsumen dengan komprehensif, risiko *fraud* atau penipuan, risiko tindak pencucian uang, dan sebagainya.

Di era serba digital dan *mobile* seperti saat ini, kemudahan dan kecepatan informasi menjadi kebutuhan. Termasuk bagi nasabah Sun Life Financial. Sun Life Financial Indonesia meluncurkan My Sun Life Indonesia, aplikasi mobile layanan nasabah. Aplikasi mobile ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi seputar polis dan manfaatnya.

Sistem *tabarru'* dan bagi hasil yang ditetapkan dalam pola operasional asuransi syariah mengharuskan adanya transparansi di dalam status dana dan

pengelolaannya. Demikian pula dalam hal kontribusi biaya pengelolaan, yang disisihkan sedikit dari premi tahun pertama saja, ditetapkan dengan jelas dan menjadi bagian dari kesepakatan peserta. Oleh karena itu sejak awal peserta mengetahui dengan jelas komponen premi yang disetorkannya, yaitu *tabarru'* (iuran kebajikan), tabungan (hak mutlak peserta), dan kontribusi biaya pengelolaan.

Selain itu, peserta dapat melihat perkembangan dari waktu ke waktu perkembangan nilai tunai polisnya, yakni akumulasi tabungan dan bagi hasilnya. Oleh karenanya ketika peserta bermaksud mengundurkan diri dalam masa perjanjian karena suatu hal, nilai tunai yang dapat diterimanya dapat dihitung nilainya dan jelas sumbernya (berasal dari tabungan dan bagi hasil). Demikian pula halnya klaim meninggal yang diterima oleh ahli waris peserta, terdiri dari manfaat asuransi atau santunan kebajikan, tabungan yang sudah disetorkan dan bagi hasil tabungan tersebut.

Dalam hal investasi, selain perkembangan profitabilitas, kesesuaian usaha dengan ketentuan syariah merupakan faktor penentu keputusan investasi. Oleh karena itu peran Dewan Pengawas Syariah menjadi sangat penting di dalam dinamika pengembangan usaha asuransi syariah, hal yang tidak ditemukan di dalam asuransi konvensional. Akhirnya, tidak keliru jika

dikatakan bahwa operasionalisasi asuransi syariah seperti di uraikan di atas dan keterlibatan Dewan Pengawas Syariah di dalam keseluruhan mata rantai aktivitas dan produk asuransi syariah menggambarkan konsistensi asuransi syariah sebagai sebuah sistem ta'awun (kerjasama tolong-menolong) yang berpijak pada nilai-nilai syariah Islam.

Dampak Pembayaran Premi dalam Menggunakan Teknologi Digital

Dengan adanya teknologi dapat memberikan pengalaman yang berbeda dalam berasuransi bagi agen dan nasabah. Melalui inovasi teknologi, siklus pembelian asuransi bisa disederhanakan sehingga dari sisi waktu pemrosesan bisa menjadi lebih cepat. Pemanfaatan teknologi yang dekat dengan generasi muda juga semakin membuka kesempatan untuk menjaring calon pengguna sejak dini sehingga lebih terasa manfaatnya.

Teknologi digital tidak akan mempengaruhi jumlah pegawai atau adanya pengurangan pegawai. Karena industri asuransi masih membutuhkan agen untuk mendapatkan nasabah atau pembeli polis. Dengan adanya teknologi digital ini lebih memudahkan antara perusahaan, agen dan nasabah. Dimana dengan adanya teknologi digital nasabah diberi kemudahan dan adanya transparansi antara perusahaan dan nasabah.

Peran agen di sini hanya mengenalkan produk ke masyarakat untuk meyakinkan dan mengubah pola pikir masyarakat untuk berasuransi secara syariah. Di Sun Life Financial Syariah ini kalau nasabah belum memenuhi kontribusi (pembayaran premi) selama 1 tahun, jika ia berhenti sebelum 1 tahun maka tidak ada pengembalian premi. Jika > 1 tahun ada pengembalian tapi tidak penuh sesuai kesepakatan dan biaya-biaya pada pembuatan polis dan sebagainya.

Hasil wawancara penulis di atas bahwa, Digital Insurance adalah layanan asuransi bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital. Dampak dengan memakai mobile agen adalah efektifitas, tidak ada kerugian di dalamnya, mengurangi penyalahgunaan dan pemanfaatan agen rentan akan penyelewengan, dari segi waktu dan situasi kondisi lebih mudah dan transparansi.

Masyarakat mendapat pilihan yang semakin banyak dari segi produk maupun layanan, harganya sendiri lebih murah, dan kecepatan akses pun tak terbantahkan. Alhasil, dalam waktu singkat, bisnis-bisnis berbasis teknologi digital seperti mengepung segala jenis bisnis jenis konvensional. Disadari atau tidak, saat ini sedang terjadi revolusi besar-besaran dalam dunia bisnis yang digerakkan oleh teknologi digital. Sekarang ini, orang bisa dengan mudah mendapatkan layanan transportasi maupun transaksi keuangan, dan

banyak transaksi lainnya. Dan semua proses transaksinya bisa digunakan dengan sangat cepat menggunakan smartphone.

Dunia sungguh-sungguh sedang mengalami perubahan yang sangat dahsyat dan kecepatannya kadang tak terpikirkan sama sekali. Dunia bisnis juga terkena imbasnya. Penggerak utama perubahan ini adalah kaum muda dengan ide-idenya yang cemerlang, keberanian menanggung resiko, kejelian menangkap dan menciptakan peluang, serta dipenuhi dengan motivasi, kreatifitas, kecepatan dan idealisme yang tinggi.

Dunia bisnis di era digital ini ditandai dengan fenomena-fenomena yang memberi kemudahan dalam bertransaksi, yaitu:

1. Semua layanan dan produk kompetitif serta baru ini bisa diakses semua orang melalui perangkat digital mereka. Semua informasi terkait jasa dan produk yang dijual bisa diakses kapan saja dan di mana saja, dan oleh siapa saja secara seketika melalui perangkat teknologi (gadget) yang dimiliki.
2. Produk-produk dan jasa yang ditawarkan memiliki harga yang sangat kompetitif dan murah dibanding barang-barang yang di jual dengan konvensional.
3. Terobosan jarak dan waktu menjadi andalan utama bisnis di era digital. Artinya tidak perlu lagi bersusah payah dan terkendala

jarak maupun waktu hanya untuk bertransaksi atau mendapatkan produk yang diinginkannya.

4. Didampingi dan diawasi oleh DSN-MUI untuk memastikan fatwa syariah.

Kendala Asuransi Sun Life Financial Syariah dalam meningkatkan nasabah di Kota Jambi

Adapun upaya yang harus dilakukan Asuransi Sun Life Financial untuk mengatasi kendala tersebut adalah:

Kurangnya penyuluhan tentang asuransi kepada masyarakat sehingga kurangnya pemahaman tentang asuransi membuat masyarakat mudah percaya tentang isu-isu miring yang beredar. Untuk itu perlu diadakannya penyuluhan atau sosialisasi tentang asuransi kepada masyarakat. Asuransi Sun Life Financial Syariah akan mengadakan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat luas melalui media massa (cetak/elektronik) diringi dengan penawaran produk asuransi syariah dikarenakan masyarakat kurang mengenali produk dan istilah dalam asuransi Sun Life Financial Syariah. Dengan diadakannya sosialisasi dan edukasi tentang industri asuransi syariah belum menyentuh ke akar permasalahan, dan juga persepsi masyarakat yang menganggap bahwa asuransi syariah sama saja dengan asuransi konvensional, penguasaan ilmu agen dan petugas Asuransi Sun Life Syariah tentang produk asuransi syariah yang masih rendah, ketertarikan masyarakat

untuk mendalami ekonomi dan keuangan syariah masih relatif rendah.

Masih banyak masyarakat Kota Jambi yang belum mengerti tentang Asuransi Syariah, kurangnya tenaga pemasar. Maraknya asuransi syariah yang lebih mendominasi, diharapkan mahasiswa menjadi agen khususnya Universitas Islam di Jambi, untuk pemanjangan tangan perusahaan tersebut memang benar orang yang mengerti syariah. Kekurangan tenaga pemasar, kurangnya eksistensi *booming*, karena pada dasarnya pertumbuhan syariah masih lambat.

Sambutan positif dari masyarakat terhadap istilah “syariah” pada institusi bisnis setidaknya mempunyai dua alasan. Yang pertama, adanya anggapan bahwa lembaga keuangan syariah lebih tahan terhadap goncangan krisis. Pendapat ini didasarkan pada pengalaman Bank Muamalat yang terbukti tidak mengalami krisis. Hal ini pula yang menjadi determinan dalam penetapan UU No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang memperbolehkan bank beroperasi dengan pola konvensional maupun dengan pola syariah. Kedua, memanfaatkan momentum merealisasikan keinginan meluasnya penerapan syariah Islam, termasuk pada sektor ekonomi. kedua alasan tersebut juga tidak terlepas dari ikatan emosional yang melekat pada masyarakat Indonesia karena sebagian besar adalah pemeluk agama Islam

(Mudzakir, 2005).

Beberapa alasan untuk memilih asuransi syariah adalah:

- 1) Mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim yang semakin peduli bagaimana harus mengelola harta dan merencanakan keuangan sesuai keyakinan.
- 2) Asuransi syariah bersifat universal untuk semua kalangan, agama dan keyakinan.
- 3) Adanya konsep tolong-menolong antar sesama dalam bentuk *tabarru'*.
- 4) Ada *cashback* jika terjadi klaim dalam bentuk surplus *underwriting*.

Literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah. Karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. namun masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya menjadi keprihatinan bersama para pelaku industri. Literasi bagi masyarakat itu penting, jika dilakukan pelaksanaan edukasi asuransi yang bertujuan untuk masyarakat luas agar dapat membantu mengatasi resiko-resiko yang akan terjadi.

Setiap keputusan yang di ambil manusia dalam menjalani kehidupannya selalu di penuh dengan risiko. Risiko adalah kemungkinan kerugian

yang dialami, yang diakibatkan oleh bahaya yang mungkin terjadi, tetapi tidak diketahui lebih dahulu apakah akan terjadi dan kapan akan terjadi (Purba, 1992).

Kepercayaan masyarakat sebagai konsumennya pada era globalisasi dan juga modernisasi sekarang ini, banyak orang sudah tidak ingin lagi menanggung beban kerugian yang sewaktu-waktu dapat terjadi tanpa di duga sebelumnya, ancaman kerugian itu berupa kerusakan atau kehilangan harta kekayaan ataupun jiwa dan raga manusia. Dalam tujuan untuk menanggung beban tersebut, perusahaan asuransi mengikuti perkembangan ekonomi masyarakat kemampuan membayar premi asuransi juga meningkat. Kini banyak jenis asuransi yang berkembang dalam masyarakat antara lain asuransi kerugian, asuransi jiwa, asuransi pendidikan dan asuransi kesehatan (Djalil, 2015). Asuransi mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1. Membantu masyarakat dalam rangka mengatasi segala masalah risiko yang dihadapinya. Hal itu akan memberikan keuangan dan kepercayaan diri yang lebih tinggi kepada yang bersangkutan.
2. Sebagai sarana untuk mengatasi risiko-risiko yang dihadapi dalam melaksanakan pembangunan. Selain itu, meskipun banyak dipakai karena asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak yang tertanggung terhadap risiko yang

dihadapi perorangan maupun risiko yang dihadapi oleh perusahaan (Sastrawidjaya, 2013).

Selektif dalam memilih agen. Tenaga pemasar (agen) sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan, untuk itu hendaknya perusahaan lebih selektif dalam memilih agen. Upaya Asuransi Sun Life Financial Syariah untuk meningkatkan nasabah adalah dengan lebih selektif dalam pemilihan agen agar mendapatkan agen yang profesional, kompeten dan berdedikasi tinggi bagi perusahaan dan memiliki visi dan misi yang sama dengan perusahaan.

Untuk memotivasi agen agar bekerja lebih baik guna mencapai misi perusahaan. Asuransi Sun Life Financial Syariah memberi penghargaan bagi agen yang mencapai target penjualan untuk menambah semangat dalam bekerja, perusahaan memberikan penghargaan bonus yang berupa *fee*, paket jalan-jalan dan paket umroh. Bertujuan untuk memberikan gairah atau semangat kerja bagi para agen.

KESIMPULAN

1. Sun Life Financial Indonesia meluncurkan My Sun Life Indonesia, aplikasi mobile layanan nasabah. Aplikasi mobile ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi seputar polis dan manfaatnya. Dengan adanya teknologi dapat memberikan pengalaman yang berbeda dalam berasuransi

bagi agen dan nasabah. Melalui inovasi teknologi, siklus pembelian asuransi bisa disederhanakan sehingga dari sisi waktu pemrosesan bisa menjadi lebih cepat.

2. Dengan menggunakan teknologi digital. Perusahaan Sun Life Financial Syariah mengharapkan terwujudnya solidaritas, transparansi, dan konsistensi. Fenomena asuransi syariah adalah fenomena yang unik (*al-ghuraba*) ditengah arus ekonomi yang kapitalistik dan individualistik. Secara financial, sistem asuransi syariah memungkinkan perolehan (manfaat) yang lebih baik. Bersamaan dengan itu, semangat solidaritas pun dipupuk melalui iuran kebajikan (*tabarru'*) peserta asuransi.
3. Kendala dalam pengembangan, kurangnya sosialisasi dengan ini Asuransi Sun Life Financial Syariah akan mengadakan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat luas melalui media massa (cetak/elektronik) diringi dengan penawaran produk asuransi syariah dikarenakan masyarakat kurang mengenali produk dan istilah dalam asuransi Sun Life Financial Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2004). *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Kencana.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al Arif, M. N. (2015). *Pemasaran Strategik pada*

- Asuransi Syariah*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Burhanuddin, S. (2011). *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Djalil, M. (2015). Asuransi dengan Teknologi Informasi. *Media Asuransi*, No. 290 Th. XXXV Maret.
- Gemala, D. (2006). *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Iqbal, M. (2005). *Asuransi Umum Syariah Dalam Praktik: Upaya Menghilangkan Gharar, Maisir, dan Riba*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Irnawati. (2015). Peranan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Sistem Pemasaran. *Faktor Exacta*, 8(1).
- Karim, A. A. (2004). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali.
- Kasmir. (2005). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada.
- Morissan. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oktariyana, Denny, M., Yuniarta, G. A., Atmadja, A. T. (2017). Analisa Sistem Pembayaran Premi Asuransi Secara Online terhadap Kinerja Agensi pada AJB Bumiputera 1912 Kantos Cabang Denpasar Ubung, *Jurnal Akuntasniss*, 7(1).
- Purba, R. (2015). *Memahami Asuransi Indonesia*. Jakarta: Pustaka Binama Pressindo.
- Puspitasari, N. (2015). *Manajemen Asuransi Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Sastrawidjadja, Suparman, M. & Endang. (2013). *Hukum Asuransi*. Bandung: Alumni.
- Shiddiqie, H. A. (1984). *Pengantar Fiqh Muammalah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sula. M. S. (2004). *Asuransi Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Sunaryo. (2009). *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syafei, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zaidi A. (2003). *Lembaga Perekonomian Umat di Dunia Islam*. Bandung: Angkasa.